

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Pada zaman milenial ini, lembaga keuangan seperti perbankan dikatakan memiliki peran penting yang memiliki berbagai macam jasa, seperti melakukan penghimpunan dana yang diperoleh dari masyarakat serta melakukan penyaluran dana kembali terhadap masyarakat, melakukan pagedarkan uang, berpersasn sebagai tempat untuk menyimpan benda-benda berharga dan lain-lain.¹ Kegiatan dunia bank selalu berhubungan dengan aktivitas keuangan, sebagai faktor utama yang mempengaruhi perdagangan dalam perekonomian. Berdasarkan fungsi tersebut perbankan menjadi motor penggerak perekonomian yang akan mendukung dan menopang aktivitas-aktivitas ekonomi dalam masyarakat. Saat ini perbankan telah menjadi industri jasa yang dapat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi masyarakat menjadi lebih baik. Pada saat ini di Indonesia telah tumbuh industri jasa perbankan dimanapun, baik bank konvensional ataupun bank syariah, maka dari itu dunia perbankan harus dapat mengikuti dan menyesuaikan pola pikir perilaku serta perkembangan masyarakat.

Salah satu cara agar transaksi keuangan dalam bank dapat terhindar dari adanya sistem bunga, dunia perbankan memunculkan inovasi bank yaitu lahirnya Bank Syariah, yang didasari oleh prinsip-prinsip muamalah islam. Munculnya persoalan mengenai permasalahan pertentangan mengenai riba dan

¹ Adi Sulisty Nugroho, *Mengenal Perbankan Indonesia* (Bogor: Guepedia, 2021),12.

bunga bunga, munculnya bank syariah yang dinilai dapat dijadikan suatu solusi alternatif dalam menyelesaikan pertentangan tersebut. Harapan masyarakat beragama Islam yang ada di Indonesia ingin terbebas dari permasalahan riba dapat terwujud dengan berdirinya bank syariah yang segala aspek operasionalnya dilandaskan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Bank Syariah ialah sistem keuangan yang dapat berperan sebagai saluran perantara antara pihak yang membutuhkan dana dan pihak yang memiliki kelebihan dana melalui berbagai produk dan layanan keuangan syariah, yang segala bentuk kegiatannya didasari dengan prinsip-prinsip syariah agama Islam, hingga saat ini terdapat sejumlah fatwa DSN-MUI yang berkaitan dengan usaha perbankan syariah.² Kemudahan transaksi serta jasa lembaga perbankan yang beroperasi tanpa adanya riba saat ini dapat dirasakan oleh masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya. Bank syariah maka dalam menjalankan sistem perbankan maka tidak menerapkan sistem bunga (*riba*), spekulasi (*maysir*), haram, batil, dan ketidakpastian (*gharar*) dalam pelaksanaan operasionalnya.

Funding Officer dalam lembaga perbankan memiliki kedudukan yang penting, sebab keberadaan *funding officer* menjadi tombak terdepan dari suatu perusahaan yang bergerak dalam melalui bidang keuangan, khususnya dalam kegiatan *funding*.³ Persaingan yang semakin ketat saat ini, bank harus aktif semaksimal mungkin dalam berupaya untuk mendapatkan nasabah baru ataupun dalam mempertahankan nasabah lama. Kekuatan kepercayaan yang

² Andri Soemitro, *Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muamalah*, ed. ke-1 (Jakarta: Kencana, 2019), 169.

³ Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, ed. ke-1 (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), 166.

dimiliki oleh nasabah akan semakin meningkat dan lebih kuat apabila pelanggan tersebut telah mempunyai suatu pengalaman nyata dalam menggunakan suatu produk. Tugas dan fungsi dari seorang *funding officer* yaitu, mencari nasabah yang mempunyai kelebihan dana agar bersedia untuk menyimpan dananya kepada perbankan, memperkenalkan, mempromosikan, serta memasarkan produk perbankan kepada masyarakat, serta memperluas jaringan antar bank atau dengan dunia luar perbankan. Dana *funding* suatu bank merupakan sumber dana utama yang paling penting bagi kegiatan operasionalnya serta dapat dijadikan suatu tolak ukur dalam keberhasilan bank apabila mampu membiayai ukuran suatu keberhasilan bank jika mampu menjalankan operasionalnya yang diperoleh dari sumber ini.

Dana Pihak Ketiga (DPK) Perbankan Syariah Indonesia pada tahun 2021 tumbuh 15,30% dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya sebesar 11,88%. Perkembangan pertumbuhan DPK terjadi pada UUS dengan perumbuhan sebesar 19,88%, angka ini dinilai lebih tinggi dibandingkan dengan periode yang sama tahun sebelumnya yang sebesar 12,54%. Pertumbuhan Dana Pihak Ketiga pada perbankan syariah dinilai cukup stabil. Berdasarkan data yang tertera dalam Statistik Perbankan Syariah Otoritas Jasa Keuangan (SPS OJK) tertulis komposisi pada tahun 2021 mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya, porsi yang menduduki dengan tingkat tertinggi yaitu pada porsi deposito dengan jumlah 51,22% yang mengalami kenaikan sebanyak 14,54% dari tahun sebelumnya, selanjutnya porsi tabungan dengan jumlah 34,27% dimana angka ini mengalami kenaikan sebanyak 15,51%, porsi giro dengan jumlah 14,51% telah mengalami kenaikan sebesar

17,58 dari tahun sebelumnya. Berdasarkan data yang diperoleh dapat diketahui bahwa jumlah dana *funding* pada perbankan syariah setiap tahunnya terus mengalami perkembangan kenaikan secara stabil.⁴

Tabel 1.1
Data Bank Jatim Cabang Syariah
di Jawa Timur
Tahun 2022

No	Nama Bank
1	Bank Jatim Cabang Syariah Surabaya
2	Bank Jatim Cabang Syariah Kediri
3	Bank Jatim Cabang Syariah Blitar
4	Bank Jatim Cabang Syariah Gresik
5	Bank Jatim Cabang Syariah Sampang
6	Bank Jatim Cabang Syariah Sidoarjo
7	Bank Jatim Cabang Syariah Jember
8	Bank Jatim Cabang Syariah Madiun

Sumber: Hasil Observasi⁵

Berdasarkan tabel 1.1 dapat diketahui bahwa Bank Jatim Cabang Syariah di wilayah Jawa Timur terdapat ada 8 cabang, yang tersebar di beberapa wilayah Jawa Timur bagian Barat, Timur, Selatan, Utara. Tentu persebaran Cabang Syariah memiliki tujuan yang salah satunya mempermudah nasabah yang memiliki keinginan untuk menjadi nasabah Bank Jatim Cabang Syariah di wilayah terdekat.

⁴ <https://www.ojk.co.id>

⁵ <https://www.bankjatim.co.id>

Tabel 1.2
Data Perbandingan Bank Jatim Cabang Syariah
Tahun 2022

No	Unsur Pembanding	Kediri	Blitar	Madiun
1	Produk (<i>Product</i>)	<i>Funding</i> dan Pembiayaan	<i>Funding</i> dan Pembiayaan	<i>Funding</i> dan Pembiayaan
2	Harga (<i>Price</i>)	Bagi Hasil	Bagi Hasil	Bagi Hasil
3	Tempat (<i>Place</i>)	Jl. Diponegoro No.50 B, Kota Kediri	Jl. Kalimantan No.9, Kec.Sananwetan, Kota Blitar	Jl. HOS Cokroaminoto No.128, Kota Madiun
4	Promosi (<i>Promotion</i>)	Brosur, Pamflet, WhatsApp, Instagram, Web, Pameran	Brosur, Pamflet, WhatsApp, Instagram, Web, Pameran	Brosur, Pamflet, WhatsApp, Instagram, Web, Pameran
5	Manusia (<i>People</i>)	37 Karyawan	20 Karyawan	33 Karyawan
6	Bukti Fisik (<i>Physical Evidence</i>)	Bangunan Bank, Tempat Tunggu, ATM	Bangunan Bank, Tempat Tunggu, ATM	Bangunan Bank, Tempat Tunggu, ATM
7	Proses (<i>Process</i>)	Menjual jasa dan produk	Menjual jasa dan produk	Menjual jasa dan produk

Sumber: Hasil Observasi⁶

Berdasarkan tabel 1.2 dapat diketahui bahwasanya dari ketiga Cabang Bank Jatim Syariah yang memiliki jumlah karyawan paling banyak ada pada Bank Jatim Cabang Syariah Kediri, tentunya semakin besar cabang semakin besar jumlah nasabah, hal ini dijadikan sebagai alasan peneliti untuk melakukan penelitian pada Bank Jatim Cabang Syariah Kediri, merupakan

⁶ <https://www.bankjatim.co.id>

kantor pusat yang ada di Kediri di jalan utama kota Kediri yang berada di pusat tengah kota, selain itu letak Bank Jatim Cabang Syariah Kediri berdekatan dengan pertokoan pusat belanja. Letak lokasi yang strategis mudah dijangkau oleh masyarakat dan berada dipusat keramaian menjadikan salah satu alternatif para konsumen yang berada disekitar lokasi melakukan pembukaan rekening tabungan maupun melakukan transaksi lainnya.

Bank Jatim Syariah merupakan Bank Pembangunan Daerah (BPD) berbasis Syariah yang berada di wilayah Jawa Timur. Bank Jatim Syariah memiliki puluhan kantor cabang yang tersebar di wilayah Jawa Timur, salah satunya cabang berada di Kota Kediri. Bank Jatim Cabang Syariah Kediri sebagai bagian industri perbankan syariah yang berupaya terus untuk melakukan strategi pemasaran dari segi apapun guna meningkatkan perkembangan secara terus menerus. Strategi yang biasa digunakan oleh bank untuk meningkatkan jumlah nasabah adalah strategi pemasaran. Strategi pemasaran adalah rencana komprehensif dibidang pemasaran yang memberikan panduan tentang kegiatan yang harus dilakukan bisnis untuk mencapai tujuan pemasarannya. Strategi pemasaran yang ditetapkan harus ditinjau dan dirumuskan sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan pasar.⁷

Strategi pemasaran ditujukan untuk memperluas pangsa pasar dan meningkatkan jumlah pelanggan agar pendapatan dan laba perusahaan dapat terus berkembang. Begitu pula dalam pemasaran Islam, perusahaan tidak hanya berorientasi pada keuntungan tetapi juga pada tujuan lain yaitu

⁷ Assauri Sofjan, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 168.

keberkahan. Perpaduan antara konsep dan keberkahan ini menghasilkan konsep masalah yang terbaik. Konsep keberkahan dalam pemasaran Syariah menjadi salah satu konsep yang dijadikan suatu landasan perusahaan yang berorientasi syariah.

Marketing funding Bank Jatim Cabang Syariah Kediri menyadari betapa penting adanya strategi pemasaran yang harus dilakukan pihak bank dalam meningkatkan jumlah nasabah *funding*. Dana *funding* sering dikenal dana masyarakat, yang dapat diartikan sebagai dana masyarakat ialah dana yang dihimpun oleh bank melalui masyarakat individu maupun badan usaha. Di tengah era persaingan bank, semua bank berlomba-lomba berupaya melakukan peningkatan baik itu dari segi dana ataupun dari segi jumlah nasabah. Berikut penyajian jumlah nasabah *funding* Bank Jatim Cabang Syariah Kediri dari tahun 2018 sampai 2021.

Tabel 1.3
Data Jumlah Nasabah *Funding* dan Pembiayaan
Bank Jatim Cabang Syariah Kediri
Tahun 2018-2021⁸

No	Tahun	Jumlah Nasabah <i>Funding</i>	Jumlah Nasabah Pembiayaan
1	2018	19.734	467
2	2019	31.895	518
3	2020	35.254	559
4	2021	40.846	780

Sumber: Dokumentasi Bank Jatim Cabang Syariah Kediri

Dari tabel 1.3 dapat diketahui bahwa jumlah nasabah *funding* pada Bank Jatim Cabang Syariah Kediri lebih banyak dari jumlah nasabah

⁸ Data Dokumentasi Bank Jatim Cabang Syariah Kediri, 31 Mei 2022.

pembiayaan pada Bank Jatim Cabang Syariah Kediri, setiap tahunnya terus mengalami penambahan, jumlah nasabah *funding* terus mengalami kenaikan lebih dari 25% di setiap tahun. Terhitung sejak tahun 2018 jumlah nasabah *funding* sebesar 19.734 nasabah, tahun 2019 bertambah menjadi 31.895 nasabah, tahun 2020 bertambah menjadi 35.254 nasabah, dan pada tahun 2021 mengalami kenaikan nasabah dengan jumlah 40.846 nasabah. Dalam rentang 4 tahun terakhir, jumlah nasabah *funding* terus mengalami kenaikan secara signifikan, mulai tahun 2018 hingga tahun 2021. Dari sini dapat disimpulkan bahwa jumlah nasabah *funding* pada Bank Jatim Cabang Syariah Kediri terus mengalami kenaikan, hal ini tentu tidak terlepas dengan adanya strategi pemasaran yang dilakukan oleh *funding officer*.

Tabel 1.4
Jumlah Dana *Funding*
Bank Jatim Cabang Syariah Kediri
Tahun 2018-2021

No	Tahun	Jumlah Dana <i>Funding</i> (dalam juta rupiah)			Total
		Giro	Tabungan	Deposito	
1	2018	7.606	45.912	47.553	101.071
2	2019	8.541	78.913	27.962	115.416
3	2020	6.015	91.628	36.299	133.942
4	2021	9.702	104.959	41.790	156.451

Sumber: Bank Jatim Cabang Syariah Kediri

Diketahui pada tabel 1.3 bahwa dana *funding* cenderung meningkat pada jenis giro, dimana tahun 2018 sebesar 7.606.000.000, tahun 2019 bertambah menjadi 8.541.000.000, tahun 2020 bertambah menjadi 6.015.000.000, pada periode tahun 2021 mengalami kenaikan menjadi

9.702.000.000. Produk jenis tabungan terdapat kenaikan yang signifikan dalam setiap tahunnya, tahun 2018 sebesar 45.912.000.000, pada tahun 2019 terdapat peningkatan dengan jumlah yang dicapai sebesar 78.913.000.000, selanjutnya pada tahun 2020 bertambah sebesar 91.628.000.000, terus mengalami peningkatan sampai tahun 2021 sebesar 104.959.000.000. Produk deposito tahun 2018 sebesar 47.553.000.000, pada tahun 2019 sebesar 27.962.000.000, tahun 2020 sebesar 36.299.000.000, hingga pada tahun 2021 jumlah tabungan mencapai sebesar 41.790.000.000. Berdasarkan paparan data maka jumlah dana *funding* disetiap produknya setiap tahunnya relatif mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya.

Berdasarkan data dari jumlah dana dana *funding* dapat dihitung bahwasanya dalam kurun waktu 4 tahun terakhir dari tahun 2018 hingga 2021 mengalami kenaikan dana secara terus menerus. Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan oleh peneliti, dapat diketahui kenaikan jumlah dana dari tahun 2018 ke tahun 2019 mengalami kenaikan sebesar 14%, selanjutnya pada dari tahun 2019 ke tahun 2020 mengalami kenaikan dana *funding* sebesar 16%, pada tahun 2021 diketahui mengalami kenaikan jumlah dana *funding* sebesar 17% dari tahun sebelumnya. Kenaikan jumlah dana *funding* dalam setiap tahunnya tentunya tidak terlepas dari usaha-usaha yang telah dilakukan oleh pihak bank.

Lokasi penelitian yang diambil oleh peneliti yaitu di Bank Jatim Cabang Syariah Kediri yang terletak di Jl. Diponegoro No.50, Semampir, Kecamatan Kota Kediri, Jawa Timur 64129. Alasan peneliti memilih lokasi tersebut karena bank Bank Jatim Cabang Syariah ini merupakan satu-satunya

cabang Syariah dari Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur yang ada di pusat Kota Kediri dan lokasi yang strategis, selain hal itu perusahaan tersebut merupakan perusahaan yang selalu meningkatkan kinerja perusahaan sehingga dapat meningkatkan kepercayaan nasabah.⁹ Bank Jatim Cabang Syariah Kediri memiliki perkembangan secara terus menerus dalam setiap tahunnya. Dengan meningkatnya perkembangan Bank Jatim Cabang Syariah Kediri dari tahun ke tahun, persaingan untuk mendapatkan nasabah juga semakin ketat. Oleh sebab itu dibutuhkan beberapa strategi pemasaran yang dapat memasarkan produknya agar peningkatan jumlah nasabahnya. Sebagai bank Syariah tentunya dalam melakukan suatu strategi pemasaran harus dilandaskan sesuai dengan karakteristik strategi pemasaran syariah, hal ini tentunya Bank Jatim Cabang Syariah Kediri meskipun masih sebagai Unit Usaha Syariah harus berupaya maksimal dalam menerapkan karakteristik pemasaran Syariah. Selain untuk menarik minat nasabah baru, strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Jatim Cabang Syariah Kediri juga berfungsi untuk mempertahankan nasabah-nasabah yang telah menjadi nasabah tetap di Bank Jatim Cabang Syariah Kediri agar tetap loyal. Menurut marketing *funding* Bank Jatim Cabang Syariah Kediri, untuk meningkatkan jumlah nasabah *funding* dalam setiap tahunnya di butuhkan strategi pemasaran. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Jatim Cabang Syariah Kediri untuk menarik minat nasabah ialah antara lain dengan

⁹ <https://www.bankjatim.co.id>

menggunakan banner, baliho, iklan, promosi dengan menawarkan berbagai hadiah promosi melalui *opentable* (pameran), dan bentuk promosi lainnya.¹⁰

Oleh karena itu, sebagai objek penelitian bank Bank Jatim Cabang Syariah Kediri merupakan salah satu unit usaha syariah yang mempunyai kinerja strategi yang bagus. Melihat fenomena tersebut maka sangatlah penting bagi bank Bank Jatim Cabang Syariah Kediri untuk tetap meningkatkan kualitas pelayanan yang tujuannya untuk meningkatkan pendapatan melalui jumlah nasabah tentunya dengan tetap menjalankan prinsip-prinsip syariah. Maka berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, dapat menjadi ketertarikan peneliti untuk menjadikan Bank Jatim Syariah Kediri sebagai objek penelitian dengan judul **“STRATEGI PEMASARAN *FUNDING OFFICER* DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH DITINJAU DARI PERSPEKTIF PEMASARAN SYARIAH (Studi Bank Jatim Cabang Syariah Kediri)”**

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi pemasaran *Funding Officer* dalam meningkatkan jumlah nasabah pada Bank Jatim Cabang Syariah Kediri?
2. Bagaimana strategi pemasaran *Funding Officer* dalam meningkatkan jumlah nasabah ditinjau dari perspektif pemasaran syariah pada Bank Jatim Cabang Syariah Kediri?

¹⁰ Shimp, *Periklanan Promosi* (Jakarta: Erlangga, 2014),8.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah teruari diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menjelaskan strategi pemasaran *Funding Officer* dalam meningkatkan jumlah nasabah pada Bank Jatim Cabang Syariah Kediri.
2. Untuk menjelaskan strategi pemasaran *Funding Officer* dalam meningkatkan jumlah nasabah ditinjau dari perspektif pemasaran syariah pada Bank Jatim Cabang Syariah Kediri.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mampu meberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini mampu memberikan manfaat bagi pelajar serta mahasiswa dalam menambah ilmu pengetahuan dan dapat dimanfaatkan sebagai rujukan bagi semua pihak yang ingin mempelajari secara dalam terkait dunia bank khususnya mengenai strategi pemasaran *Funding Officer* dalam meningkatkan jumlah nasabah Bank Jatim Cabang Syariah Kediri beserta prinsip-prinsip pemasaran yang sesuai dengan syariat islam.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian diharapkan mampu memberikan masukan sebagai bahan referensi bagi Bank Jatim Cabang Syariah Kediri untuk memperbaiki beserta memberikan sumbangan pemikir dalam

melaksanakan strategi pemasaran. Bagi masyarakat, dapat dijadikan sebagai pemberi informasi mengenai strategi yang digunakan oleh Bank Jatim Cabang Syariah Kediri untuk meningkatkan jumlah nasabah namun tetap memperhatikan nilai pemasaran dalam syariat islam.

E. Telaah Pustaka

Berikut Telaah Pustaka yang digunakan penulis yang berkaitan dengan masalah penelitian tersebut:

1. *Strategi Pemasaran Funding Officer Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Deposito Mudharabah Di PT. BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan*, oleh Shifa Meriana (2021), mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Madura.

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi yang dilakukan *funding* officer dalam meningkatkan minat nasabah deposito dilakukan dengan cara terjun langsung dengan menawarkan produk kepada nasabah dengan membagikan brosur, bersosialisasi dengan masyarakat ataupun dengan cara datang kepada event-event secara rutin. Dengan strategi tersebut dinilai dapat memberikan kepercayaan dan minat masyarakat dalam membeli produk deposito pada BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasa.¹¹

Persamaan yang dimiliki oleh penelitian sekarang dengan peneliti sebelumnya adalah sama-sama melakukan penelitian mengenai strategi

¹¹ Shofa Meriana, “Strategi Pemasaran Funding Officer Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Deposito Mudharabah Di PT. BPRS Bhakti Sumekar Cabang Madya Pamekasan”, (*Skripsi Sarjana*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Madura, 2021)

funding officer, sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaanya yaitu dengan peneliti terdahulu adalah jika peneliti sebelumnya meneliti strateegi pemasaran *funding officer* untuk meningkatkan minat nasabah depositto, sedangkan peneliti sekarang meneliti strategi pemasaran *funding officer* dalam meningkatkan jumlah nasabah ditinjau dari persepektif pemasaran syariah.

2. *Strategi Pemasaran Produk Funding di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan*, oleh Patimah Suchro (2020), mahasiswa IAIN Padangsidimpuan.

Hasil dari penelitian ini menerangkan bahwa Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCP Panyabungan dalam memasarkan produk *funding* yaitu dengan cara menerapkan strategi penetrasi pasar dan juga menerapkan tujuh unsur yang terdapat pada *marketing mix* (bauran pemasaran), yakni strategi produk, strategi promosi, strategi harga, strategi tempat, orang, proses, dan bukti fisik.¹²

Penelitian ini memiliki persamaan yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif, sama-sama meneliti mengenai strategi pemasaran *funding*. Sedangkan perbedaanya yaitu dengan peneliti terdahulu adalah jika peneliti sebelumnya meneliti stategi pemasaran *funding* yang dilakukan oleh pihak marketing funding, sedangkan peneliti sekarang meneliti strategi *funding officer* untuk meningkatkan jumlah nasabah ditinjau dari perspektif pemasaran syariah. Objek yang diteliti dalam penelitian terdahulu objeknya yaitu PT. Bank Muamalat Indonesa Tbk KCP

¹² Patimah Suchro, "Strategi Pemasaran Produk Funding di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan", (*Skripsi* Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan, 2020)

Panyabungan, Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal, Sumatera Utara, sedangkan pada penelitian yang akan datang yaitu pada Bank Jatim Cabang Syariah Kediri, Semampir, Kec Kota, Kota Kediri.

3. *Peran Funding Officer Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Melalui Fasilitas E-Banking Studi di BNI Syariah Kantor Cabang Bengkulu*, oleh Imam Setiono (2019), mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Bengkulu.

Penelitian ini fokus pada peran *funding officer* dalam meningkatkan jumlah nasabah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa peran *funding officer* dalam meningkatkan jumlah nasabah melalui fasilitas *e-banking* sudah cukup baik dalam menjalankan perannya, berbagai upaya yang dilakukan seperti halnya melakukan promosi dalam meningkatkan jumlah nasabah, namun terdapat kekurangan dalam yang dimiliki oleh fasilitas *e-banking* yaitu dapat terjadinya gagal transaksi jika jaringan kurang stabil dan masih adanya *hacker* apabila nasabah tidak dapat menyimpan pin akses dengan baik.¹³

Persamaan penelitian penulis dengan peneliti sebelumnya adalah sama-sama meneliti mengenai cara meningkatkan jumlah nasabah, selain itu metode penelitian yang digunakan sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaan dengan penelitian terdahulu yaitu, penelitian terdahulu fokus terhadap peran *funding officer* dalam meningkatkan jumlah nasabah melalui fasilitas *e-banking*, sedangkan

¹³ Imam Setiono, "Peran Funding Officer Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Melalui Fasilitas E-Banking Studi di BNI Syariah Kantor Cabang Bengkulu", (*Skripsi Sarjana*, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2019)

penelitian yang akan dilakukan fokus terhadap strategi pemasaran *funding officer* dalam meningkatkan jumlah nasabah.

4. *Analisis Penerapan Strategi Pemasaran Marketing Mix Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Funding di KSPPS Amanah Nikmat Dunia Akhirat Cabang Karanggede*, oleh Tri Muayat Labib (2019), mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Salatiga.

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang dijalankan oleh KSPPS Amanah Dunia cukup baik, strategi yang dilakukan yaitu produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses, bukti fisik perusahaan, sehingga dapat terjadi peningkatan anggota. Marketing mix sangat berpengaruh pada beberapa produk yang dimiliki KSPPS Amanah Nikmat Dunia.¹⁴

Penelitian ini memiliki persamaan yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif, sama-sama meneliti mengenai strategi pemasaran *funding*. Sedangkan perbedaanya yaitu dengan peneliti terdahulu adalah jika peneliti sebelumnya meneliti bagaimana penerapan strategi pemasaran *marketing mix* yang dilakukan oleh pihak marketing funding untuk meningkatkan jumlah anggota, sedangkan peneliti sekarang meneliti strategi pemasaran *funding officer* untuk meningkatkan jumlah nasabah ditinjau dari perspektif pemasaran syariah.

¹⁴ Tri Muayat Labib, “Analisis Penerapan Strategi Pemasaran Marketing Mix Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Funding di KSPPS Amanah Nikmat Dunia Akhirat Cabang Karanggede”, (*Skripsi* Sarjana, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Salatiga, 2019)

5. *Penerapan Marketing Mix Pada Produk Tabungan di BMT Taruna Sejahtera Kantor Cabang Bringin*, oleh Sari Nastiti (2017), mahasiswa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Salatiga.

Hasil penelitian ini adalah bahwa penerapan marketing mix pada produk tabungan di BMT Taruna Sejahtera Kantor Cabang Bringin dengan cara lebih meningkatkan promosi dengan menonjolkan kelebihan dari produk tersebut, maka dari itu BMT Taruna Sejahtera Kantor Cabang Bringin semakin berkembang. Hambatannya adalah pemahaman masyarakat tentang menabung yang sesuai dengan syariat Islam. Mereka menganggap menabung di bank besar atau bank konvensional sama saja atau tidak ada bedanya dengan BMT Taruna Sejahtera Kantor Cabang Bringin.¹⁵

Persamaan penelitian penulis dengan peneliti sebelumnya adalah sama melakukan penelitian mengenai strategi pemasaran, sama-sama menggunakan penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaan yang dimiliki dengan penelitian terdahulu yaitu, penelitian terdahulu menggunakan dengan fokus terhadap pengembangan pemasaran produk tabungan, sedangkan penelitian sekarang fokus pada strategi pemasaran *fuding officer* dalam meningkatkan kepuasan nasabah.

¹⁵ Sari Nastiti, "Penerapan Marketing Mix Pada Produk Tabungan di BMT Taruna Sejahtera Kantor Cabang Bringin", (*Skripsi* Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Salatiga, 2017)